

Separata ao Boletim do Exército

MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
SECRETARIA-GERAL DO EXÉRCITO

SEPARATA AO BE Nº 48/2019

PORTARIA Nº 1.885, DE 14 NOVEMBRO DE 2019

Aprova a Diretriz de Comunicação Social do Exército para o ano de 2020 (EB10-D-11.003)

Brasília-DF, 29 de novembro de 2019.



MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
GABINETE DO COMANDANTE

PORTARIA Nº 1.885, DE 14 DE NOVEMBRO DE 2019

Aprova a Diretriz de Comunicação Social do Exército para o ano de 2020 (EB10-D-11.003) e dá outras providências.

O COMANDANTE DO EXÉRCITO, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 4º da Lei Complementar nº 97, de 9 de junho de 1999, alterada pela Lei Complementar nº 136, de 25 de agosto de 2010, e o inciso XIV do art. 20, do Anexo I, da Estrutura Regimental do Comando do Exército, aprovada pelo Decreto nº 5.751, de 12 de abril de 2006, e de acordo com o que propõe o Centro de Comunicação Social do Exército, ouvidos o Órgão de Direção Geral, o Órgão de Direção Operacional, os órgãos de direção setorial, os órgãos de assistência direta e imediata ao Comandante do Exército e os comandos militares de área, resolve:

Art. 1º Fica aprovada a Diretriz de Comunicação Social do Exército para o ano de 2020, que com esta baixa.

Art. 2º Fica revogada a Portaria do Comandante do Exército nº 1.084, de 19 de julho de 2019.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

DIRETRIZ DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2020 (EB10-D-11.003)

SUMÁRIO

1. FINALIDADE

2. REFERÊNCIAS

3. ORIENTAÇÕES GERAIS

a. Orientações às Organizações Militares

b. Orientações aos Comandantes/Chefes/Diretores de Organizações Militares

c. Orientações aos Chefes de Agências de Comunicação Social das Organizações Militares

d. Orientações para Utilização da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército

e. Ouvidoria do Exército Brasileiro

4. DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO

a. Públicos de Interesse da Força

b. Relações Públicas

c. Assessoria de Imprensa

d. Divulgação Institucional

e. Comunicação Social, em Operações Militares

5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. Reunião de Ajuste de Metas de Comunicação Social

b. Simpósios e Estágios

c. Visita de Orientação Técnica

d. Festival de Filmes/Fotografias Militares

e. Programa Conheça o seu Exército

f. Projeto Nossa Bandeira - Escola de Civismo

g. Campanhas Institucionais

h. Orientações sobre a atuação da Comunicação Social do Exército Brasileiro durante o período eleitoral

ANEXOS:

A - Lista de contatos dos Chefes de Divisão/Agência/Seção do Centro de Comunicação Social do Exército

B - Calendário de Eventos de Comunicação Social 2020

1. FINALIDADE

A presente Diretriz tem a finalidade de fortalecer o Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx), visando manter a unidade de discurso e a realização coordenada e integrada do conjunto de atividades de comunicação social (Com Soc) no âmbito da Força, bem como definir as atribuições dos órgãos integrantes do sistema para o ano de 2020.

2. REFERÊNCIAS

a. Plano Estratégico do Exército (PEEx) (2020-2023) – 4ª Edição

b. Diretriz do Comandante do Exército 2019

c. Plano de Comunicação Social do Exército 2020-2023

d. Portaria nº 196 - EME, de 1º de julho de 2019

e. Portaria nº 1.066 - EME, de 18 de julho de 2019

3. ORIENTAÇÕES GERAIS

"TODO MILITAR DO EXÉRCITO BRASILEIRO É RESPONSÁVEL PELA IMAGEM DA FORÇA"

a. Orientações às Organizações Militares

1) As Organizações Militares (OM) devem contribuir para:

a) preservar e fortalecer a imagem do Exército junto à opinião pública;

b) difundir o preparo e o emprego da Força, tanto na Defesa Externa, quanto na Garantia da Lei e da Ordem e nas Ações Subsidiárias;

c) fomentar a interação permanente do Exército com a sociedade brasileira;

d) preservar as tradições, a memória e os valores morais, culturais e históricos da Instituição;

e) sensibilizar a sociedade quanto à importância da Instituição para o País; e

f) aumentar a projeção do Exército no concerto internacional e valorizar a sua aproximação com os demais Exércitos.

2) A Com Soc deve fazer parte do cotidiano da OM, agindo como peça fundamental para a criação de um ambiente organizacional sadio, participativo e comprometido com a imagem do Exército.

3) Laços sólidos de convívio salutar com a comunidade devem ser desenvolvidos.

4) As datas comemorativas e festivas devem ser usadas para o desenvolvimento de ações de Com Soc, as quais devem estar em consonância com o Plano de Comunicação Social do Exército em vigor. Ainda, devem estar de acordo com as diretrizes do escalão superior e atender às peculiaridades de cada OM.

5) As possíveis repercussões junto aos públicos interno e externo, no tocante à imagem da Instituição, devem ser avaliadas no planejamento de atividades operacionais e/ou administrativas.

6) Deverá ser mantido um relacionamento profissional e amistoso com a mídia, incentivando a sua presença nas atividades da OM e antecipando informações ou respondendo a questionamentos, com clareza e oportunidade. Neste alinhamento de ideias, deve-se buscar eliminar especulações indesejáveis.

7) Segmentos da sociedade e pessoas com potencial influenciador, ou com capacidade de agir como multiplicador de mensagens da Força, devem ser identificados e estimulados.

8) As informações devem fluir com rapidez e deve ser buscada a unicidade de discurso, em todos os escalões da Força.

9) As OM que possuem páginas eletrônicas, devidamente amparadas pela Portaria do Comandante do Exército nº 445, de 19 de maio de 2015, que aprova as Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10-IG-01.010), 2ª Edição, 2015, deverão atentar para que:

a) contenham as seguintes informações:

(1) símbolo da OM;

(2) nome da OM;

(3) mensagem de boas-vindas;

(4) histórico;

(5) subordinação;

(6) informações gerais, tais como o endereço físico da OM, o correio eletrônico funcional de domínio administrado pelo Exército e o correio eletrônico do pessoal responsável pelo conteúdo do sítio de internet. É vedada a divulgação de endereço de correio eletrônico que utilize domínio público;

(7) autorização para a publicação da página eletrônica (documento, data e autoridade responsável);

(8) um **link** para o sítio oficial do Exército Brasileiro (EB) (http://www.eb.mil.br);

(9) informações estipuladas em normas da Administração Pública Federal, quando pertinentes; e

(10) a marca atualizada do Governo Federal.

b) não se permita a veiculação de informações pessoais nas páginas eletrônicas institucionais;

c) haja a constante revisão do conteúdo disponível na página eletrônica, de forma que as informações sejam atualizadas, coerentes, exatas e pertinentes; e

d) a alteração do conteúdo das informações disponibilizadas no sítio da internet ocorra mediante autorização do Comandante, Chefe ou Diretor da OM (Cmt/Ch/Dir OM).

10) "Caderno de Metas de Comunicação Social":

a) o Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), seguindo orientações do Comando do Exército e do Estado-Maior do Exército, contratou institutos para realizar pesquisas, de âmbito nacional, a fim de identificar o conhecimento e a percepção da sociedade brasileira sobre a "Imagem do Exército";

b) com base nessas pesquisas, foi criado o "Caderno de Metas de Comunicação Social do Exército" (CMCS). Nessa publicação, foram selecionados "temas" mais relevantes para a Força, que relacionam o Exército à sociedade. Para cada um desses temas, foram selecionadas as principais ações de Com Soc, que tornarão a ação de comunicar o Exército de forma mais sólida, efetiva, sistemática e, principalmente, mais ajustada aos ditames constitucionais e anseios da sociedade;

c) o CMCS contém análises, gráficos das pesquisas de opinião realizadas, públicos-alvo a serem atingidos, ideias-força que devem ser aplicadas para cada tema, ações de Com Soc estabelecidas de forma clara e simples, metas a serem alcançadas e o efeito desejado para cada proposição estratégica estabelecida pelo órgão central do SISCOMSEx;

d) são apresentadas as explicações de cada componente do CMCS para orientar a consecução das ações. No final desse Caderno, existe um modelo de relatório (anexo "Único") a ser enviado com os resultados alcançados e as sugestões para o aperfeiçoamento do caderno para o próximo ano; e

e) com a criação do CMCS, o Exército iniciou a uniformização das ações de Com Soc para se comunicar com a sociedade brasileira, de forma mais clara e abrangente. A ideia principal é a de, utilizando todos os canais possíveis, inclusive os mais modernos, fortalecer e ampliar o "capital de confiança" da Instituição perante a opinião pública nacional.

11) Especial atenção deve ser dada às "Salas de Espera" das OM, que devem ser confortáveis e limpas. Esse local pode vir a ser o único contato dessas pessoas com o EB. Deve-se utilizar esses locais de espera para efetuar a divulgação institucional, aproveitando que esse público está com tempo ocioso e se encontra receptivo ao material de Com Soc.

b. Orientações aos Comandantes/Chefes/Diretores de Organizações Militares

1) Assegurar que o Chefe de Agência de Com Soc, como assessor do Cmt/Ch/Dir OM em todos os assuntos referentes às atividades de Com Soc – relações públicas (RP), assessoria de imprensa e divulgação institucional, seja o gestor de relacionamentos com os públicos de interesse da OM e da Instituição.

2) Determinar que sejam realizadas avaliações de todas as ações operacionais ou administrativas, realizadas pela OM junto aos diversos públicos-alvo, visando verificar o resultado das mesmas para a imagem da Instituição.

3) Estimular a prática diária das RP e promover a sinergia interna, para a melhoria da autoestima e da coesão dos integrantes da OM e, ainda, para a criação e/ou fortalecimento de laços sólidos de bom convívio com a comunidade. As iniciativas do comando têm reflexos nos índices de aceitação do Exército junto à população brasileira.

4) Manter um relacionamento cordial e profissional com os profissionais de mídia, antecipando-se aos fatos ou respondendo às solicitações com oportunidade, de modo que possíveis notícias sejam veiculadas de forma favorável ou com o mínimo de distorções.

5) Zelar para que o Canal Técnico, implementado por meio da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEx), opere eficazmente e que as informações fluam com rapidez e oportunidade.

6) Estimular os integrantes da OM e familiares a acessarem o Portal do EB, a Rádio Verde-Oliva, o **Podcast** e as Mídias Sociais do Exército.

7) Desenvolver em seus subordinados a consciência de que todos os integrantes do EB, militares e civis, em qualquer situação, são agentes de Com Soc e elementos fundamentais no processo de preservação e fortalecimento da imagem da Força, sendo difusores, por excelência, dos valores da Instituição, aproveitando, para isso, todas as oportunidades que surgirem. Desse modo, todos devem zelar por sua apresentação pessoal, postura e conduta em todas as situações, a fim de contribuir para o aumento da credibilidade do EB, estimulando atitudes de respeito e de admiração.

c. Orientações aos Chefes de Agências de Comunicação Social das Organizações Militares

1) Desenvolver o Plano de Comunicação Social da OM, em consonância com o Plano de Comunicação Social do Exército (Institucional) (2020-2023), com o Plano de Comunicação Social do escalão superior e com as diretrizes do Cmt OM.

2) Ser proativo e trabalhar no desenvolvimento das atividades integradas de RP, Assessoria de Imprensa e Divulgação Institucional.

3) Permanecer atualizado sobre os assuntos de interesse da Força, devendo:

a) intensificar os relacionamentos, no seu nível de competência;

b) estimular o público interno à participação e à cooperação com as atividades de Com Soc;

c) despertar o interesse pela informação, em todos os níveis; e

d) contribuir para fortalecer o vínculo de confiança entre os públicos e a Instituição.

4) Acessar, diariamente, o Canal Técnico (RESISCOMSEx), atuando com efetividade para que as informações fluam pelo sistema com rapidez e oportunidade.

5) Antecipar-se aos fatos e adotar postura diligente no sentido de priorizar o planejamento e as ações para os públicos de interesse da Força Terrestre, de acordo com os respectivos CMCS.

d. Orientações para a utilização da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército

1) Recomendações gerais:

a) manter atualizado o cadastro da OM na RESISCOMSEx;

b) a RESISCOMSEx deve ser acessada diariamente, devendo compor a rotina da Seção de Com Soc da OM;

c) toda mensagem enviada pela RESISCOMSEx deve ser de conhecimento do Cmt/Ch/Dir OM;

d) no envio de mensagens pela RESISCOMSEx, devem ser observadas as recomendações existentes na página da RESISCOMSEx, na aba "ORIENTAÇÃO", sobre o correto emprego e confecção da Ficha de Informação de Pronto Interesse do Sistema (FIPIS), da Mensagem do Canal Técnico e da Mensagem do Serviço de Informações ao Cidadão (SIC);

e) em casos de necessidade, solicitar a criação de novos usuários/modificação de senha por meio do formulário que pode ser acessado na página principal da RESISCOMSEx (https://resiscomsex.eb.mil.br), no **link** "Solicitação/Modificação da Senha da RESISCOMSEx";

f) é vedado o compartilhamento de qualquer informação, particularmente por meio de mídias sociais pessoais ou aplicativos de mensagens, dos conteúdos que circulam ou são postados na RESISCOMSEx; e

g) em caso de dúvidas, encaminhar questionamentos sobre a obtenção de **login** e senha de acesso à RESISCOMSEx, pelo **e-mail** siscomsex@ccomsex.eb.mil.br, pelo telefone (61) 3415-4298 ou pelo RITEx 860-4298.

2) Ficha de Informação de Pronto Interesse do Sistema:

a) tem a finalidade de informar o CCOMSEx, com urgência e oportunidade, sobre situações que, pelas características, possam refletir positiva ou negativamente na imagem da Força;

b) deve ser utilizada sem o prejuízo do Canal de Comando;

c) deve ser empregada nas seguintes situações:

(1) reportagens veiculadas pela mídia regional com possibilidade de veiculação nacional;

(2) ações de destaque que tenham atraído o interesse da mídia nacional;

(3) ocorrências policiais de maior vulto, envolvendo militares;

(4) acidentes graves, com ou sem vítimas;

(5) calamidades públicas que possam implicar apoio do Exército; e

(6) transgressões disciplinares de maior gravidade que possam despertar o interesse da mídia.

d) não deve ser usada para a transmissão de informações de rotina que possam ser encaminhadas por outros meios;

e) recomenda-se que a informação deva vir no corpo da mensagem. O texto deve responder as perguntas: "O quê?" "Quem?" "Quando?" "Como?" "Onde?" e "Por quê?". Enviar no corpo da mensagem um número de telefone, preferencialmente celular, do militar responsável pelo assunto na OM;

f) recomenda-se que a FIPIS seja enviada com a maior brevidade possível, mesmo que com dados em apuração. À medida que os fatos sejam apurados, devem ser enviados em FIPIS complementar à inicial. O militar responsável pela FIPIS deverá ser identificado na mensagem; e

g) na impossibilidade técnica de transmissão da FIPIS, a mensagem deverá ser transmitida, prioritariamente, para o Oficial de Sobreaviso pelo telefone (61) 98116-8915 (verbalmente) ou, ainda, pelo **e-mail** fipis@ccomsex.eb.mil.br.

3) Mensagem do Canal Técnico:

a) tem por finalidade estabelecer uma ligação direta entre os integrantes do SISCOMSEx e o CCOMSEx (Órgão Central do SISCOMSEx), possibilitando o envio de orientações e a troca de informações relevantes para o SISCOMSEx;

b) por tratar-se de assuntos de rotina, sem implicações para a imagem da Instituição, não deve ser confundida com a FIPIS; e

c) é válida para a solicitação de orientações e de pedidos de material institucional, devendo fornecer informações suficientes para a efetivação do apoio (nome do evento, data, local, público estimado etc).

4) Mensagem do Serviço de Informações ao Cidadão:

a) o Serviço de Informações ao Cidadão do Exército Brasileiro (SIC-EB) utilizará a estrutura existente do SISCOMSEx e da RESISCOMSEx para o seu funcionamento e para o trâmite de mensagens e pedidos de acesso à informação, no âmbito do EB; e

b) ao receber a Mensagem SIC, caberá à OM ou ao órgão demandado:

(1) verificar a existência da informação solicitada e responder ao CCOMSEx, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data da mensagem de solicitação postada na RESISCOMSEx;

(2) comunicar data, hora, local, pessoa de contato e modo de realização da consulta à informação, bem como efetuar reprodução ou obter certidão relativa à informação, na hipótese do pedido de acesso demandar manuseio de grande volume de documentos ou provocar o comprometimento regular da tramitação dos documentos pela rede; e

(3) certificar-se, antes de remeter a resposta, de que todos os itens do pedido estão sendo respondidos, a fim de evitar solicitações de esclarecimentos adicionais que venham a sobrecarregar a caixa de entrada da Mensagem SIC.

e. Ouvidoria do Exército Brasileiro

1) A Ouvidoria do Exército Brasileiro (Ouv-EB) é um canal responsável por interagir com os usuários, sejam essas pessoas físicas ou jurídicas, que buscarem o contato com a Força Terrestre. Visa aprimorar o desempenho das OM e estimular a participação da sociedade, tudo com o intuito de contribuir com a boa gestão pública. Neste contexto, constitui-se em ferramenta para preservar a imagem do EB.

2) A Ouvidoria é única na Força Terrestre e integra a estrutura organizacional do CCOMSEx. Está composta pelo SIC-EB e pelo Serviço de Ouvidoria e valer-se-á dos canais técnicos e oficiais existentes no EB para o trâmite de manifestações e solicitações apresentadas pelos cidadãos.

3) As OM e demais órgãos da Força Terrestre deverão observar o previsto na Portaria do Comandante do Exército nº 1.356, de 2 de setembro de 2019, que instituiu a Ouvidoria do Exército Brasileiro e aprova as Instruções Gerais para o funcionamento da Ouvidoria do Exército Brasileiro (EB10-IG-01.031), 1ª Edição, 2019, e na Portaria do Comandante do Exército nº 1.250, de 13 de outubro de 2014, que aprovou as Instruções Gerais para o Serviço de Informações ao Cidadão (EB10-IG-01.013), 1ª Edição, 2014.

4. DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO

a. Públicos de Interesse da Força

Os públicos de interesse do Exército são:

1) Prioritário:

- interno: militares da ativa, da reserva, pensionistas, servidores civis e dependentes.

2) Outros:

a) formadores de opinião, com ênfase nos profissionais de mídia;

b) autoridades e pessoas ligadas aos poderes constituídos, especialmente dos Poderes Executivo e Legislativo;

c) estudantes universitários (capacidade de mobilização para qualquer atividade);

d) dirigentes, docentes, pesquisadores das instituições civis e discentes do ensino fundamental, médio e universitário; e

e) ex-alunos dos colégios militares e ex-integrantes de outros estabelecimentos militares de ensino do EB.

b. Relações Públicas

1) Generalidades:

a) "a atividade de RP não se restringe à recepção de visitantes e à distribuição de brindes. Deve ser encarada de modo global, envolvendo todos os integrantes da OM, sem distinção hierárquica." (Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social, 1ª Edição, 2017, Port nº 023-Cmt Ex, de 16 JAN 18 – EB10-MT-11.001);

b) a busca da excelência no atendimento ao público deve ser uma preocupação de todos os integrantes da Força, com destaque para aspectos como cortesia, urbanidade, postura profissional e apresentação pessoal, seja no atendimento por telefone, por correspondência, ou no contato pessoal. Destacam-se, também, os cuidados, a presteza e a discrição em relação ao fornecimento das informações;

c) no atendimento aos públicos interno e externo, devem ser observadas as orientações constantes do Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001); e

d) a atividade de RP deve estar inserida no contexto mais amplo das Relações Institucionais do Exército.

2) O relacionamento com o público

O relacionamento com o público deve ser criterioso e pragmaticamente planejado, a fim de que haja objetivos claramente definidos para cada público-alvo com os quais a Instituição se relaciona, bem como estejam previstas as estratégias mais eficazes para que os referidos objetivos sejam eficientemente alcançados.

Para a elaboração dos Planos de Comunicação Social, em todos os níveis, devem ser considerados, prioritariamente, os seguintes públicos de interesse da Força:

a) militares da ativa, da reserva, pensionistas, servidores civis e dependentes (classificados como público interno);

b) jovens conscritos e em processo de seleção para o Serviço Militar Obrigatório;

c) autoridades e pessoas ligadas aos poderes constituídos, observadas as esferas correspondentes aos escalões considerados e sua representatividade nas guarnições (Gu);

d) influenciadores digitais, profissionais de mídia, dirigentes, docentes e pesquisadores das instituições civis de ensino fundamental, médio e universitário;

e) estudantes universitários; e

f) crianças e jovens.

Dentro dos públicos de interesse do Exército, cabe especial atenção ao pessoal inativo.

O Programa Reserva pró-Ativa visa criar um canal direto entre o Comandante do Exército e os integrantes da reserva. Por esse meio, serão enviadas notícias institucionais, comunicados do Comandante do EB, matérias de destaque do Portal do Exército, notícias de veiculação na mídia sobre a Força, conteúdo literário e novos serviços disponibilizados, além de outras informações pertinentes ao dia a dia da Força Terrestre.

Além de divulgar o cadastramento e a utilização do Reserva pró-Ativa, deve-se incentivar a participação contínua dos integrantes da reserva em todos os eventos das OM, fortalecendo os seus vínculos com os militares da ativa.

A ampliação da adesão de militares da reserva ao Programa Reserva pró-Ativa estará vinculada às seguintes ações:

a) difundir amplamente o programa pelos meios de veiculação disponíveis;

b) destacar a presença de militares da reserva e reformados em todas as solenidades;

c) realizar palestras para os militares da reserva e reformados sobre temas atuais da Força Terrestre;

d) realizar reuniões sociais de confraternização;

e) capacitar recursos humanos para atendimento ao público da reserva e reformados;

f) disponibilizar atendimento básico de saúde aos militares da reserva e reformados, tais como aferição de pressão arterial, de taxas de glicose e consultas médicas; e

g) encaminhar matérias de eventos da Reserva para a página do Exército, seguindo as orientações técnicas de envio de matérias para a divulgação na internet e nas mídias sociais do Exército.

3) Canais de atendimento

A utilização dos canais de atendimento, por parte dos diversos públicos, permite a interação da Força com a sociedade de modo geral. Deve-se compreender que cada pessoa deve ser tratada como única, não sendo possível a generalização de atendimentos. A proatividade e a prontidão nas respostas devem ser buscadas em todas as situações.

a) Atendimento na OM

O público em geral, quando se dirige a uma OM, espera ter sua demanda atendida com cordialidade, presteza e eficácia. As OM possuem, conforme sua estrutura, diversos canais de atendimento presencial e, em todos esses canais, as instalações, a seleção de pessoal, os procedimentos e a conduta devem ser criteriosamente organizados, conforme o que detalha o Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001).

b) Atendimento ao telefone

Aqui, a seleção adequada de pessoal e o seu treinamento tornam-se os aspectos mais relevantes. É sempre importante lembrar que a imagem da OM e do próprio Exército, depende, muitas vezes, exclusivamente de um único atendimento telefônico.

Durante os horários fora de expediente, orientações bem claras devem ser disponibilizadas aos militares de serviço, a fim de que o atendimento ao telefone mantenha os mesmos padrões alcançados pela OM durante o expediente.

c) Atendimento por meio eletrônico

As OM, caso seja possível, devem possuir canais de atendimento pela internet, preferencialmente por meio de suas páginas eletrônicas, ou, no mínimo, por um **e-mail** oficialmente divulgado e bem administrado, para receber as solicitações, dúvidas e outras manifestações da sociedade em geral.

Caso essas manifestações não sejam de competência da OM, deverão ser direcionadas para http://www.eb.mil.br/web/ouvidoria/tire-duvida, disponível na página eletrônica do EB (www.eb.mil.br).

d) RESISCOMSEx

A RESISCOMSEx é o principal canal de atendimento ao público integrante do SISCOMSEx e deve ser acessada diariamente para enviar comentários, sugestões ou dúvidas relativas à Com Soc, bem como para receber as orientações técnicas dentro do sistema.

e) Mídias Sociais

As mídias sociais do EB correspondem aos perfis oficiais no **YouTube**, **Instagram**, **EBlog**, **Flickr**, **Twitter**, **Linkedin** e **Facebook**.

As Mídias Sociais, por sua facilidade e rapidez, também funcionam como canais de atendimento ao público externo. Contudo, o canal apropriado para receber as demandas do público externo é o ouvidoria@ccomsex.eb.mil.br.

Vale ressaltar que um dos assuntos mais procurados pelo público externo em geral trata das formas de ingresso na Força. É importante que esse tema seja sempre explorado em todas as oportunidades de comunicação e por todos os canais disponíveis.

Para exploração das mídias sociais, deverão ser seguidas as diretrizes constantes na Portaria do Estado-Maior do Exército nº 196, de 1º de julho de 2019, que aprova as Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do Exército Brasileiro.

4) Eventos

O evento é uma ferramenta estratégica de RP utilizada para aproximar os públicos e a Força. Dentre os tipos de eventos, destacam-se como prioritários:

a) Formaturas (cerimonial e protocolo)

Para formaturas e solenidades militares, como no Dia do Exército, no Dia do Soldado, no Dia da Bandeira e no Aniversário da OM, é importante consultar as orientações prescritas na Portaria do Comandante do Exército nº 522, de 15 de outubro de 2001 – Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército – Prática de Cerimonial e Protocolo (VM 07) e demais publicações constantes da página na internet da Secretaria-Geral do Exército (SGEx).

É importante que o público externo seja sempre priorizado na lista de convidados para as solenidades militares. A OM deve buscar, sempre que possível, abrir a assistência das formaturas ao público em geral, realizar formaturas em locais públicos, quando devidamente autorizada, e manter atualizada a lista de autoridades e personalidades locais, convidando-as para todos os eventos importantes da OM, em particular os que envolvam aspectos da história regional e atividades do efetivo variável.

b) Eventos sociais e culturais

As datas comemorativas (tais como o Dia da Família Militar, o Dia dos Pais, o Dia das Mães, o Dia Internacional da Mulher e o Dia das Crianças) devem ser celebradas, prioritariamente, com atividades de integração para as famílias dos militares.

As datas de relevância histórica local ou regional e os sítios históricos devem ser explorados com a organização de eventos culturais, tais como encenações, concursos culturais de música, redação, poema, pintura, fotografia etc. Em todas essas oportunidades, os eventos devem ser organizados à luz do Plano de Comunicação Social, observando-se os públicos de interesse e os objetivos de Com Soc a atingir.

Além disso, deve-se estimular a implantação, o aperfeiçoamento e a manutenção de projetos e ações executivas que propiciem sistematizar o conhecimento das raízes, dos valores, das tradições, dos deveres e da ética militar perante os integrantes do EB, nos diversos níveis de Comando, em todas as OM.

c) Ações Cívico-Sociais (ACISO)

Planejar a realização das ACISO concomitantemente à execução de exercícios no terreno, comemorações da Semana da Pátria, do Dia do Exército, do Dia do Soldado e do aniversário da OM, entre outros, bem como por ocasião de campanhas sanitárias e operações reais.

A execução das ACISO tem tanta importância quanto a sua ampla divulgação. A responsabilidade social deve ser sempre enfatizada e explorada por todos os canais de comunicação na busca do fortalecimento da imagem da Força.

d) Parcerias

As parcerias com estabelecimentos de ensino públicos e privados, órgãos públicos e empresas estreitam o relacionamento com os públicos de interesse, contribuindo para o desenvolvimento de uma imagem positiva da Força.

O Projeto "Nossa Bandeira – Escola de Civismo" visa promover o conhecimento sobre o EB e o desenvolvimento do civismo pelo culto aos Símbolos Nacionais, principalmente quanto ao hasteamento da Bandeira Nacional e ao canto do Hino Nacional nas escolas, em particular, do ensino fundamental.

Esse projeto pode e deve ser conduzido durante todo o ano, não somente no Dia da Bandeira, por intermédio da realização de palestras, apresentações da banda de música, encenações e contação de estórias, entre outras atividades cívico-educativas que podem ser coordenadas com a direção dos estabelecimentos de ensino.

O Programa "Conheça o seu Exército" e o Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM) objetivam estreitar o relacionamento do Exército com os docentes e discentes dos cursos de Comunicação Social, prioritariamente, e de outras áreas de interesse. São excelentes oportunidades para a disseminação da boa imagem da Força e dos valores cultuados na caserna.

A organização de seminários e palestras, considerando seletivamente os públicos de interesse e os objetivos claramente definidos no Plano de Comunicação Social, incentiva a aproximação, abrindo e mantendo importantes canais de comunicação.

e) "Portas Abertas"

O evento "Portas Abertas" é uma ótima oportunidade para utilizar uma data comemorativa ou alguma solenidade para franquear o acesso ao aquartelamento, de forma controlada, convidando a população local de forma geral ou públicos de interesse específico, para conhecer as instalações do quartel e ter contato cerrado com suas atividades. A coordenação desse evento deve ser realizada em estrita consonância com o Plano de Segurança Orgânica da OM.

c. Assessoria de Imprensa

1) Recomendações para o Relacionamento com a Mídia:

a) privilegiar a rapidez, a transparência, a precisão e a confiabilidade das respostas aos questionamentos feitos. Em princípio, nenhuma demanda pode deixar de ser respondida com oportunidade. Cabe destacar a importância de a Força se manifestar em temas de seu interesse;

b) conhecer o perfil dos órgãos de mídia presentes na área, por meio de um completo Levantamento Estratégico de Área (LEA) de Com Soc, confeccionado a cargo dos comandos militares de área (C Mil A), conforme previsto no Manual de Fundamentos de Comunicação Social, 2ª Edição, 2017, Port EME nº 520, de 20 de dezembro de 2017 – EB20-MF-03.103;

c) estabelecer relacionamento profissional com os órgãos de mídia sem definir preferências, atendendo-os de forma imparcial e com a maior presteza possível, levando-se em consideração os prazos exíguos utilizados pelos veículos de comunicação e o atendimento dos interesses do EB;

d) tratar com os profissionais de mídia, atendo-se aos assuntos relacionados com a sua área de atuação, sem expressar-se por meio de conjecturas ou fora da unicidade de discurso da Força;

e) em entrevistas, empregar linguagem simples, sem o uso de "jargões" militares, buscando evitar a abordagem de temas não relacionados à matéria;

f) não utilizar as expressões "sem comentários" ou "nada a declarar";

g) ser transparente na emissão das respostas aos jornalistas, usando a ocasião para mostrar o posicionamento institucional, o profissionalismo e o interesse do Exército em esclarecer todos os fatos;

h) solicitar, sempre que possível, que as perguntas sejam feitas por escrito, respondendo-as da mesma forma. Preferir o **e-mail** ao telefone;

i) lembrar que a aparência e a postura são muito importantes;

j) estreitar, sempre que possível, o relacionamento interpessoal com os representantes dos órgãos de mídia local, convidando-os para participarem de atividades da OM;

k) evitar o uso de linguagem técnica e de abreviaturas; e

l) atentar para as orientações existentes no Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001), que pode ser acessado por meio da RESISCOMSEx.

2) Recomendações para as Situações de Crise de Imagem

Atentar para as orientações existentes no Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001), que pode ser acessado por meio da RESISCOMSEx.

3) Documentos dirigidos à imprensa, entrevistas e **media training**

Consultar o Manual Técnico de Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001), disponível na RESISCOMSEx, que fornece orientações para o correto uso desses meios de interação com a mídia.

4) Atendimento à Solicitação de Apoio Externo de Com Soc

A OM pode receber solicitações de apoio de Com Soc externo ao EB, tais como: utilização de instalações do aquartelamento para filmagens, cessão de imagens e materiais (fardamento, viaturas, aeronaves etc) e reportagens com integrantes da OM. Nesses casos, observar o seguinte:

a) avaliar o nível do pleito e, se esse extrapolar a capacidade decisória do Cmt, encaminhar o pedido ao escalão superior, já com o parecer inicial da OM demandada e a contrapartida do órgão de mídia (SFC), para apreciação;

b) tratar as situações que impliquem repercussão local e/ou regional diretamente com o C Mil A;

c) caso a demanda seja de repercussão nacional ou puder afetar a imagem do EB, encaminhar a solicitação ao CCOMSEx, preferencialmente via Mensagem de Canal Técnico ou pelo e-mail (imprensa@ccomsex.eb.mil.br); e

d) designar pessoal capacitado para acompanhar a equipe de reportagem em todas as atividades, com o objetivo de evitar qualquer desvio de propósito.

A inexistência de óbices, sob o ponto de vista da Com Soc, em solicitação de gravação de imagens em ambiente estritamente militar ou com militares da OM, não pretere a necessária avaliação do C Mil A, quanto às implicações de ordem administrativas relacionadas ao pleito.

d. Divulgação Institucional

1) Portal do Exército

O sítio "www.eb.mil.br" é o endereço do portal eletrônico do Exército na internet, contendo informações, produtos **online**, bem como textos e imagens a respeito das áreas de atuação da Força.

2) Peças e Veículos de Divulgação Institucional

a) Noticiário do Exército (NE):

(1) realizar a leitura dos NE alusivos às datas comemorativas durante as respectivas formaturas, de forma a estimular o público interno a conhecer assuntos de relevância histórica e/ou cultural;

(2) replicar matérias de interesse constantes do NE nas páginas eletrônicas das OM, disponibilizando o **link** com o endereço eletrônico da matéria do Noticiário; e

(3) enviar matérias ao CCOMSEx, a fim de serem publicadas no NE, na página da internet do EB. Para tanto, observar os tutoriais disponibilizados na aba "ORIENTAÇÕES", no menu "ENVIO DE MATÉRIAS" da RESISCOMSEx.

b) EBlog:

(1) promover a leitura e a divulgação dos artigos do EBlog; e

(2) no âmbito da OM, estimular a produção de artigos que tratem de temas de interesse do EB, para envio e publicação.

c) Revista Verde-Oliva (RVO):

(1) difundir a RVO; e

(2) distribuir a RVO como instrumento de RP para autoridades e formadores de opinião.

d) **Facebook**, **Twitter**, **Linkedin** e **Instagram** do Exército:

(1) difundir a presença do Exército Brasileiros nas mídias sociais;

(2) informar que as mídias sociais são ferramentas que proporcionam ao público interno e externo conhecimento sobre as atividades mais recentes do Exército, bem como sobre a abertura de concursos para os militares de carreira e de processos seletivos para militares temporários;

(3) enfatizar que as mídias sociais do Exército possuem caráter interativo e que, por seu intermédio, o cidadão poderá esclarecer suas dúvidas; e

(4) estimular a remessa de fotos e vídeos para o **e-mail** redacao@ccomsex.eb.mil.br, a fim de que sejam divulgados nas mídias sociais. Não há necessidade de matéria, apenas uma breve descrição da mídia enviada.

e) **YouTube** do Exército:

(1) informar que o canal do Exército no **YouTube** difunde notícias, entrevistas, vídeos operacionais, esclarecimentos sobre o processo de ingresso no Exército, além de disponibilizar vários hinos e canções militares;

(2) estimular o envio de vídeos para o **e-mail** redacao@ccomsex.eb.mil.br, principalmente os com foco em notícias e operações militares; e

(3) estimular que os canais no **YouTube** dos C Mil A concentrem os vídeos produzidos por suas OM subordinadas.

f) **Flickr**:

(1) difundir que o **Flickr** é um banco público de imagens do Exército Brasileiro;

(2) informar que as imagens do **Flickr** podem ser utilizadas para a elaboração de produtos gráficos, como cartazes, painéis e palestras; e

(3) informar que é vedado qualquer uso comercial das imagens disponibilizadas no **Flickr** do Exército.

g) Aplicativo do Exército:

(1) informar que o Exército Brasileiro possui um aplicativo para celular disponível para **Android** e **IOS**;

(2) difundir que, além de informações, o aplicativo possui diversos serviços, dos quais se destacam o acesso ao contracheque e aos diversos sistemas do Exército, a consulta rápida ao Regulamento de Uniformes do Exército (RUE) e informações pontuais sobre os Hotéis de Trânsito do Exército, da Marinha e da Aeronáutica, com geolocalização; e

(3) informar que, por meio do aplicativo, é possível enviar notificações para os celulares dos usuários. Essa função é ativada sempre que há necessidade de uma ampla divulgação de um assunto, como INFORMEx ou abertura de concurso.

h) O Recrutinha

Distribuir a revista ao público, tão logo seja recebida pela OM, já que as histórias abrangem um tema vinculado a uma data ou efeméride.

i) Filmes, Vídeos, Filmetes e Documentários

Difundir, em todas as oportunidades possíveis, os vídeos e os filmes institucionais, envidando todos os esforços para a sua divulgação pelas emissoras locais e regionais de TV.

j) Cartazes, Folhetos e Panfletos

Distribuir esses produtos dentro do cronograma das campanhas, bem como em todas as oportunidades de acesso ao segmento de público a que se destina o produto publicitário.

k) Rádio Verde-Oliva **Web**

Difundir, em todas as oportunidades possíveis, o aplicativo (**player**) da Rádio Verde-Oliva, disponibilizado no Portal do Exército (www.exercito.eb.mil.br).

Esta funcionalidade permite acessar a programação da Rádio Verde-Oliva, emissora de caráter educativo, sem fins comerciais e operada pelo CCOMSEx, no endereço eb.mil.br/web/radio-verde-oliva/radioverdeoliva#, em todos os rincões do País.

l) MAX - Inteligência Artificial

Difundir a existência e a operacionalidade do Módulo Auxiliar de Relações Públicas (MAX), a inteligência artificial do EB.

O MAX é uma categoria especial de **chatbot**, que utiliza elementos de **Machine Learning** (aprendizado de máquina) e Processamento de Linguagem Natural para dar a resposta mais adequada aos questionamentos recebidos. Opera 24 horas por dia, na plataforma **Messenger** do **Facebook** e do **Telegram**. Orienta, automaticamente, sobre as diversas formas de ingresso no Exército, além de responder uma variedade de respostas para perguntas similares.

m) **Podcast** do EB:

(1) atingir a parcela do público que não tem tempo para ouvir determinado tipo de matéria em tempo real, nas mídias convencionais, selecionando o melhor momento para isso;

(2) difundir que os arquivos de áudios ficam disponíveis no sítio eletrônico do EB, de onde se pode ser feitos os **downloads** do **podcast** para o computador ou celular, e que podem ser ouvidos **offline** ou por meio da instalação de um aplicativo próprio para **podcasts**; e

(3) estimular a remessa de sugestões de pauta (temas atuais) para a Agência Verde-Oliva (agenciaexercito@gmail.com).

3) Páginas Eletrônicas de OM

Observar as determinações constantes da Portaria do Comandante do Exército nº 445, de 19 de maio de 2015, que aprova as Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10-IG-01.010), 2ª Edição, 2015, e da Portaria do Estado-Maior do Exército nº 196,

de 1º de julho de 2019, que aprova as Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do Exército Brasileiro.

4) Registro Vídeo-Fotográfico de Atividades da OM:

a) verificar se o registro vídeo-fotográfico de atividades da OM, particularmente aquelas ligadas à instrução militar, é passível de ser veiculado pela mídia;

b) adotar procedimentos para evitar o emprego tendencioso de fatos registrados por pessoas e órgãos;

c) permitir a cobertura vídeo-fotográfica de formaturas e atividades relacionadas à instrução militar somente por pessoal autorizado, cadastrado e acompanhado por militares ligados à atividade;

d) evitar o registro vídeo-fotográfico nas áreas de coquetéis e refeições; e

e) atentar para as seguintes recomendações, quanto à cobertura de atividades de Instrução Militar:

(1) não permitir, sob qualquer pretexto, o registro vídeo-fotográfico por iniciativa pessoal;

(2) adotar medidas de controle da quantidade de gravações e fotografias produzidas; e

(3) inserir data/hora de produção nas fotografias e nas gravações, catalogando-as.

5) Desenvolvimento de Campanhas, Programas, Projetos e Ações:

a) buscar parcerias e apoios para a promoção de mensagens institucionais da Força;

b) analisar a conveniência de agregar a imagem do Exército a outras marcas; e

c) definir a melhor mídia para cada mensagem da Força, com vistas a otimizar o resultado do esforço de comunicação.

6) Emprego da Marca Exército:

a) divulgar a marca "Exército Brasileiro" em todos os níveis e escalões de comando e em todas as oportunidades, conforme o Manual de Uso da Marca do Exército Brasileiro, disponibilizado no Portal do Exército e na RESISCOMSEx;

b) envidar esforços para que a marca Exército (símbolo e nome) e a frase-síntese (**slogan**) estejam presentes na assinatura de todos os produtos confeccionados, mesmo naqueles de amplitude regional, com a finalidade de tornar o EB mais conhecido por todos os públicos; e

c) associar a marca Exército Brasileiro a qualquer outra marca pública ou privada somente após autorização do Comandante do Exército, ouvido o CCOMSEx.

7) Veiculação de Peças Publicitárias:

a) verificar o prescrito no Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, para a veiculação de peças publicitárias, normalmente inseridas em campanhas institucionais;

b) incentivar a divulgação das peças produzidas pelo CCOMSEx, disponíveis na RESISCOMSEx, nas emissoras de rádio e de TV regionais interessadas em reproduzi-las em suas programações;

c) ampliar as oportunidades de divulgação da Força, pela elaboração de produtos de alcance regional, a cargo dos C Mil A; e

d) consultar as orientações complementares para a confecção e a veiculação de peças publicitárias, disponibilizadas na RESISCOMSEx.

8) Cessão do Uso de Imagem:

a) observar o previsto nos incisos V, XXVII e XXVIII, do art. 5º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, podendo ser complementada pela Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais;

b) firmar contrato de autorização de cessão de uso de imagem, conforme o modelo constante no Anexo B do Plano de Comunicação Social do Exército 2020/2023; e

c) a Seção de Comunicação Social / RP das OM deverá manter o controle e o arquivo dos contratos de autorização de cessão de uso atrelados às respectivas imagens (fotos e vídeos).

9) Propaganda Gratuita e Mídia Espontânea:

a) estreitar o contato, por meio de parcerias com instituições públicas e corporações privadas, para a veiculação das campanhas institucionais ou de utilidade pública de abrangência nacional; e

b) estimular a aproximação com os órgãos de mídia locais, visando à confecção de matérias e de produtos que divulguem regional ou nacionalmente as ações positivas desenvolvidas pelas OM ou por integrantes da Força.

e. Comunicação Social em Operações Militares

1) O planejamento e a execução de ações de Com Soc em operações militares devem estar de acordo com as normas doutrinárias estabelecidas no Manual de Fundamentos de Comunicação Social (EB20-MF-03.103) e no Manual de Campanha Processo de Planejamento e Condução das Operações Terrestres, 1ª Edição, 2014, Portaria nº 010-EME, de 29 de janeiro de 2014, (EB20-MC-10.211) que têm sido difundidas por meio das Visitas de Orientação Técnica (VOT) e estágios a cargo do CCOMSEx, das quais se destacam:

a) necessidade de análise da situação inicial e acompanhamento contínuo do cenário, particularmente das matérias publicadas pela mídia, visando um melhor planejamento do perfil de Com Soc da operação e à atualização na forma de emprego;

b) necessidade de proatividade no estabelecimento de um fluxo dinâmico e oportuno das informações;

c) definição clara e objetiva das ideias-força, que devem ser amplamente difundidas para os órgãos de mídia, por meio de entrevistas e notas, visando sua plena assimilação pela imprensa, órgãos de governo e população, particularmente a local;

d) a partir da definição das ideias-força, há a necessidade de elaboração do temário, ressaltando assuntos para proposições positivas e assuntos que devam ser evitados;

e) mobilização de uma equipe de Com Soc completa, inclusive com elementos especializados de outras Forças e órgãos, no caso das Operações Conjuntas e Interagências;

f) estabelecimento de uma célula de Com Soc no Estado-Maior da Força de Emprego, que deverá atuar de forma integrada e coordenada com a célula de Operações de Informação (quando essa estiver ativada), visando à manutenção da unicidade do discurso, bem como à complementariedade das ações;

g) realização de contatos e de relacionamentos prévios estabelecidos pela OM da Gu da operação com os representantes dos órgãos públicos e de mídias locais;

h) emprego da Com Soc como fator de multiplicação do poder de combate, como elemento de dissuasão e para a conquista do apoio da população; e

i) desenvolvimento, na tropa, da consciência de que todos os militares são agentes de Com Soc, e que devem zelar pelo fortalecimento e pela preservação da imagem da Força.

2) O CCOMSEx poderá apoiar, com pessoal e/ou material, os C Mil A encarregados da operação, desde que estejam esgotados os meios e/ou a capacidade especializada em Com Soc do escalão solicitante, considerada a gravidade e a amplitude da operação.



Figura 1 – O "Iceberg" da Comunicação Social em Operações

5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. Reunião de Ajuste de Metas de Comunicação Social

A Reunião de Ajuste de Metas de Com Soc, conduzida pelo CCOMSEx, tem como finalidades orientar, integrar e coordenar as atividades de Com Soc. Participam da reunião todas as Agências Classe "A" e as Agências Especiais oriundas do Órgão de Direção Geral (ODG), do Órgão de Direção Operacional (ODOp), dos órgãos de direção setorial (ODS) e dos órgãos de assistência direta e imediata (OADI) ao Comandante do Exército.

Para que se continue tendo êxito em "Comunicar o nosso Exército", é necessária constante flexibilidade e mudanças em face das realidades do mundo, a despeito de a missão estar sendo cumprida. Assim, as ações de Com Soc decorrentes das orientações e diretrizes do CCOMSEx e do Comando do EB serão acordadas nessa ocasião.

b. Simpósios e Estágios

1) Simpósios de Com Soc

Deverão atender aos seguintes objetivos:

a) ampliar a integração entre os componentes do SISCOMSEx e reforçar o Canal Técnico de Com Soc;

b) nivelar conhecimentos sobre o Plano de Comunicação Social do Exército e coordenar atividades;

c) compartilhar conhecimentos de Com Soc entre integrantes do SISCOMSEx e civis da área de Com Soc; e

d) difundir boas práticas adotadas na Com Soc.

2) Estágio de Com Soc para Oficiais do Quadro de Estado-Maior da Ativa (QEMA)

Deverá ser realizado sob a coordenação do CCOMSEx, no primeiro semestre do ano de instrução, com duração de 02 (duas) semanas. Deverá atender aos seguintes objetivos:

a) capacitar os oficiais do QEMA, prioritariamente, os recém-egressos da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME) e os ocupantes de funções de Com Soc ainda não habilitados, no desempenho das funções ligadas ao SISCOMSEx, a fim de atender às necessidades do Exército em pessoal habilitado para a ocupação de cargos específicos dessa atividade;

b) conhecer e atualizar as técnicas e os procedimentos mais comuns no dia a dia das atividades de Com Soc; e

c) ampliar a cultura de Com Soc, por meio de palestras ministradas por profissionais de reconhecido saber na área.

3) Estágio de Auxiliar de Com Soc

Deverá ser realizado sob a coordenação do CCOMSEx, no segundo semestre do ano de instrução, com duração de 02 (duas) semanas, atendendo aos seguintes objetivos:

a) conhecer a estrutura organizacional, a missão, as possibilidades e limitações do SISCOMSEx;

b) conhecer o papel e as atribuições do Auxiliar de Com Soc na OM; e

c) desenvolver conhecimentos técnicos de Com Soc, relativos às atividades de cinegrafista/editor de vídeo e fotógrafo/editor de imagem, para a elaboração de material impresso e digital de divulgação, peças gráficas e produtos de Com Soc.

4) Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM)

Deverá proporcionar, aos estudantes do ensino superior da área de Com Soc e de outras áreas de interesse para o EB, como Direito e Relações Internacionais, conhecimentos específicos da profissão militar e das especificidades relacionadas aos assuntos militares. Para isso, buscará realizar as seguintes atividades (durante o estágio):

a) palestras sobre temas de interesse do EB, tais como os desafios da Com Soc no EB; o EB e a mídia; experiências e ensinamentos como jornalista em áreas de conflito; Direito Internacional dos Conflitos Armados etc. Algumas dessas palestras encontram-se disponíveis na RESISCOMSEx;

b) visitas às OM e exposições de material;

c) "Dia Verde", com a realização de distribuição de material, instrução de higiene e primeiros socorros, consumo de ração operacional, orientação e transposição de obstáculos simples; e

d) atividades práticas, como entrevistas individuais e coletivas, cobertura jornalística e produção de matérias jornalísticas.

5) Estágio de Capacitação de Fotógrafos/Cinegrafistas das OM da Gu Brasília

Deverá ser realizado sob a coordenação do CCOMSEx, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

a) fornecer o conhecimento técnico de fotografia/filmagem e tratamento de imagens aos militares das OM de Brasília; e

b) ampliar a oferta de militares capacitados a realizar coberturas cinefotográficas em eventos de interesse das OM e do SISCOMSEx.

c. <u>Visita de Orientação Técnica</u>

Deverá atender aos seguintes objetivos:

1) nivelar conhecimentos de Com Soc entre os integrantes do SISCOMSEx;

2) atualizar conhecimentos relativos às atividades de cinegrafista/editor de vídeo e fotógrafo/editor de peças gráficas dos integrantes do SISCOMSEx, em particular as praças que estejam servindo nas Seções de Com Soc;

3) ampliar a integração entre os componentes do SISCOMSEx e reforçar o Canal Técnico de Com Soc;

4) uniformizar procedimentos, aprimorar a capacitação do pessoal e orientar a condução das atividades de Com Soc; e

5) difundir boas práticas adotadas na Com Soc.

d. <u>Festival de Filmes / Fotografias Militares</u>

Deverá atender aos seguintes objetivos:

1) estimular a produção de peças de comunicação de alta qualidade; e

2) selecionar recursos humanos de Com Soc que possam ser empregados na produção de peças de comunicação e divulgação institucional.

e. <u>Programa Conheça o seu Exército</u>

Deverá atender aos seguintes objetivos:

1) estreitar as relações da Força com representantes dos públicos de interesse do Exército;

2) divulgar as ações do Exército, nos cenários nacional e regional, aos formadores de opinião;

3) disseminar as peculiaridades das Forças Armadas, particularmente do EB, de modo que possam melhor entender nossas especificidades e ajudar a defender os interesses da Força; e

4) apresentar os desafios do cotidiano vivido pelos militares e seus dependentes, nas diversas regiões do território brasileiro, ressaltando as peculiaridades da profissão militar.

f. <u>Projeto Nossa Bandeira – Escola de Civismo</u>

1) Sob coordenação da Com Soc do escalão enquadrante, C Mil A/Grande Comando/Grande Unidade ou OM, de acordo com a peculiaridade de cada Gu, o projeto deverá atender aos seguintes objetivos:

a) contribuir com os estabelecimentos de ensino no desenvolvimento do civismo em relação ao culto aos Símbolos Nacionais, particularmente quanto ao hasteamento da Bandeira Nacional e ao canto do Hino Nacional;

b) contribuir na difusão dos princípios e valores essenciais para o fortalecimento da cidadania e da imagem da Força Terrestre; e

c) divulgar o trabalho do EB a docentes e discentes de estabelecimentos de ensino em suas respectivas áreas de responsabilidade.

2) Sugestão de periodicidade do evento: mensal.

3) Sugestão de sequência e atividades que podem ser realizadas no evento:

a) leitura da finalidade do evento;

b) leitura do histórico da Bandeira Nacional;

c) hasteamento da Bandeira Nacional e canto do Hino Nacional;

d) entrega de material institucional (buscar fazer a entrega a uma professora ou aluno destaque);

e) apresentação da Banda de Música (SFC);

f) demonstração/exposição de material (SFC);

g) entrevista com alunos e com a direção da escola (SFC); e

h) encerramento do evento.

g. Campanhas Institucionais

1) Campanha do Dia do Exército

Deverão ser realizadas as seguintes ações:

a) divulgar os produtos da campanha para os públicos de interesse do Exército, a partir da 1ª quinzena de abril;

b) oferecer os produtos da campanha aos veículos de mídia para divulgação; e

c) ministrar palestra institucional, a ser confeccionada pelo CCOMSEx e disponibilizada na RESISCOMSEx, nas OM, escolas, universidades e outros locais de interesse.

2) Campanha de Ingresso na Força

Deverão ser realizadas as seguintes ações:

a) divulgar os produtos da campanha aos públicos aptos para cada concurso de ingresso na Força, de acordo com o calendário do Departamento de Educação e Cultura do Exército (DECEx) e do Departamento de Ciência e Tecnologia (DCT);

b) disponibilizar, a partir de janeiro, no portal e nas mídias sociais do Exército, as seguintes informações: Escolas que promoverão concursos, requisitos básicos ao candidato, período aproximado de inscrições e de realização do concurso e um **link** das Escolas;

c) explorar o ingresso do segmento feminino na Linha de Ensino Militar Bélico; e

d) oferecer os produtos da campanha aos veículos de mídia para divulgação.

3) Campanha do Dia do Soldado

Deverão ser realizadas as seguintes ações:

a) divulgar os produtos da campanha para os públicos de interesse do Exército, a partir da 1ª quinzena de agosto;

b) oferecer os produtos da campanha aos veículos de mídia para divulgação; e

c) ministrar a palestra institucional, a ser confeccionada pelo CCOMSEx e disponibilizada na RESISCOMSEx, nas OM, escolas, universidades e outros locais de interesse.

4) Campanhas Complementares

a) Campanha de Doação de Sangue

O Dia Mundial do Doador de Sangue é 14 de junho. A data foi criada pela Organização Mundial de Saúde e é uma homenagem ao nascimento de Karl Landsteiner (14 de junho de 1868 - 26 de junho de 1943), um imunologista austríaco que descobriu o fator Rh e várias diferenças entre os diversos tipos sanguíneos.

O Exército realizará a campanha "Ajudar está no nosso sangue", visando a doação voluntária de sangue, no âmbito da Força, ao longo do mês de junho do ano de instrução corrente.

O esforço nacional vem ao encontro do que já ocorre em todo o território nacional há várias décadas. Os hemocentros solicitam apoio para manter seus bancos de sangue em um nível adequado às suas necessidades e, por essa razão, recorrem à voluntariedade de integrantes de unidades militares de norte a sul do País, em várias épocas do ano.

O objetivo do Exército, portanto, é o de potencializar o esforço humanitário da "Campanha Nacional de Doação Voluntária de Sangue", conduzida pelo Ministério da Saúde, com o objetivo de aumentar o número de doações de sangue por meio do estímulo às novas doações e da fidelização dos doadores regulares no âmbito da família militar em todo o Brasil.

Com a campanha "Ajudar está no nosso sangue", a Instituição reforçará suas ações "Mão Amiga" e estimulará seus integrantes a contribuírem com esse importante gesto humanitário.

b) Campanha dos Jogos Olímpicos de 2020

Com o Programa Atletas de Alto Rendimento (PAAR), parceria entre o Ministério da Defesa (MD) e o então Ministério do Esporte, o EB incrementou o seu histórico apoio ao desporto nacional.

Nos Jogos Olímpicos Rio-2016, o MD ultrapassou as metas estabelecidas, ao classificar 145 atletas militares para integrarem as seleções olímpicas e conquistar 13 medalhas, das 19 obtidas pelo "Time Brasil". Assim, os atletas militares obtiveram 68% dos pódios.

Com relação aos Jogos Olímpicos do Japão 2020, o EB estará mais uma vez presente. Assim, o EB deverá, por intermédio do CCOMSEx e das Agências do SISCOMSEx, divulgar a participação da Força neste evento, ressaltando a histórica contribuição da Instituição, seja na preparação dos atletas e no sucesso alcançado nos últimos grandes eventos do gênero, seja no incentivo à prática esportiva e à qualidade de vida.

Para a consecução destes objetivos, será necessário mobilizar a mídia, influenciadores e especialistas em desporto, realizar a cobertura dos principais momentos da preparação e a participação brasileira na competição e abastecer a mídia com conteúdos de qualidade.

c) Campanha 75 anos das Vitórias da Força Expedicionária Brasileira (FEB) na Itália

No ano de 2020, completar-se-ão 75 anos de inúmeros feitos históricos que marcaram a participação da FEB na 2ª Guerra Mundial. Apesar da magnitude da participação do Brasil no maior conflito bélico da humanidade, a sociedade ainda tem pouco conhecimento dos feitos da FEB.

Assim, a Campanha envolve a divulgação dos eventos programados pela Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército (DPHCEx) e dos 75 anos dos fatos históricos relevantes relacionados à FEB, por intermédio da mobilização dos meios de comunicação, da utilização das mídias do Exército e da cooperação das Agências do SISCOMSEx.

Como exemplo de fatos a serem destacados em 2020, estão:

- conquista de Monte Castelo - 21/02/45;

- conquista de La Serra e Morro Della Torraccia - 24/02/45;

- conquista de Castelnuovo - 5/03/45;

- conquista de Montese - 14/04/45;

- ocupação de Collechio e captura da 148ª Divisão de Infantaria Alemã - 28/04/45;

- ocupação de Turim – 1º/05/45;

- término da Guerra na Itália - 2/05/45;

- Dia da Vitória - 8/05/45; e

- desfile da Vitória na cidade do Rio de Janeiro - 18/07/45.

d) Centenário de criação do Serviço de Intendência do Exército Brasileiro

Em 1º de outubro de 1920, sob a influência da Missão Militar Francesa e por meio do Decreto nº 14.385, foi aprovado o Regulamento para o Serviço de Intendência da Guerra. A criação do Serviço de Intendência foi fundamental para que a Logística da Força Terrestre adquirisse posição de relevo no contexto das operações militares.

Em comemoração ao centenário de criação do Serviço de Intendência do Exército Brasileiro, as atividades previstas devem rememorar fatos históricos, fortalecer e motivar os integrantes da Intendência e enaltecer o profissionalismo e a capacidade logística e administrativa do EB.

Para tanto, a Comissão Organizadora do Centenário deve fornecer ao CCOMSEx dados e condições para que os produtos relativos ao Centenário sejam confeccionados e divulgados com pertinência e eficiência.

5) Divulgações Complementares

São as ações de divulgação de interesse da Força, das quais se destacam:

- Programas Estratégicos do Exército;

- Valores Militares;

- Sistema de Proteção Social dos Militares;

- Defesa da Amazônia;

- Reserva pró-Ativa; e

- Operações em curso.

h. <u>Orientações sobre a atuação da Comunicação Social do Exército Brasileiro durante o período eleitoral</u>

No ano de 2020, o Brasil passará por eleições municipais. A legislação eleitoral brasileira estabelece uma série de restrições que afetam, entre outras, as atividades de Com Soc. Via de regra, as ressalvas em questão entram em vigor 90 (noventa) dias antes da data de realização do 1º turno do pleito, deixando de ter efeito ao término do 2º turno, caso ocorra.

Diante da experiência de eleições anteriores e das normas vigentes, o CCOMSEx disponibilizará, em tempo oportuno, orientações pormenorizadas sobre a atuação da Com Soc do Exército durante o referido período.

ANEXO A
LISTA DE CONTATOS DOS CHEFES DE DIVISÃO/SEÇÃO/AGÊNCIA DO CCOMSEx

Função	Temas a serem tratados	RITEx 860
Subchefia	Trata de pedidos de apoio técnico, campanhas extraordinárias, de pessoal e de material.	subchefe@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4103
Divisão de Planejamento e Gestão	Trata de pedidos de cooperação de instrução, cursos e estágios, andamento de campanhas, atividades de **marketing,** operações e a prestação de apoios a outros órgãos, etc.	planejamento@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4113 61 3415-4298
Divisão de Relações com a Mídia	Todos os assuntos relacionados a pedidos da imprensa em geral.	imprensa@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5303
Divisão de Produção e Divulgação	Todos os assuntos relacionados à produção de artes e vídeos para as campanhas.	redacao@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5163 61 3415-5263
Divisão de Relações Públicas	Atividades de relações públicas.	divrp@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4114
Agência Verde-Oliva	Matérias de temas prioritários para os órgãos e C Mil A para divulgação no EBlog e remessa aos veículos de comunicação.	agenciaexercito@ccomsex.eb.mil.br agenciaexercito@gmail.com 61 3415-6189
Divisão Administrativa	Andamento da remessa de material institucional para as campanhas e temas sobre as movimentações de pessoal para o Centro.	chadm@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5863
Ouvidoria do Exército	Destinado a receber as manifestações dos usuários dos serviços públicos.	ouvidoria@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5751
Seção de Informações ao Cidadão	Assuntos relativos à Lei de Acesso à Informação (LAI)	sic@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5751
Seção de Tecnologia da Informação	Assuntos técnicos referentes ao Portal do Exército, RESISCOMSEx e EBlog.	chsti@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5103

ANEXO B

CALENDÁRIO DE EVENTOS DE INTERESSE DA COMUNICAÇÃO SOCIAL 2020

Data	Evento	Local	OM Responsável
A definir	Corrida da Paz	Todo o País	DECEx C Mil A
13 FEV	Dia do Serviço de Assistência Religiosa	Todo o País	Todas
21 FEV	Dia da Tomada de Monte Castelo	Todo o País	Todas
8 MAR	Dia da Mulher	Todo o País	Todas
17 MAR	Reunião de Ajuste de Metas de Comunicação Social	Brasília	CCOMSEx
18 a 20 MAR	Simpósio de Comunicação Social	Brasília	CCOMSEx
10 ABR	Dia da Arma de Engenharia	Todo o País	DEC
12 ABR	Dia do Serviço de Intendência	Todo o País	DECEx
13 a 17 ABR	Semana do Exército	Todo o País	Gab Cmt Ex SGEx C Mil A
17 ABR	- Dia do Exército - Cerimônia de imposição da Medalha da Ordem do Mérito Militar e da Medalha do Exército Brasileiro	Brasília	Gab Cmt Ex SGEx
18 a 28 ABR	IX Seminário Nacional sobre a Participação do Brasil na 2ª Guerra Mundial (IX SENAB)	Itália	DPHCEx
21 a 27 ABR	Comemoração dos 75 anos do término da 2ª Guerra Mundial	Itália	EME DECEx CCOMSEx
5 MAIO	Dia da Arma de Comunicações	Todo o País	DCT CCOMGEx
	Festa Nacional das Comunicações	Brasília	DCT CMP
8 MAIO	Dia da Vitória	Todo o País	MD DECEx MNMSGM
	Cerimônia comemorativa aos 75 anos do término da 2ª Guerra Mundial	MNMSGM	DPHCEx MNMSGM
9 MAIO	Festa Nacional da Cavalaria	Parque Histórico Marechal Osório	CMS
10 MAIO	Dia da Arma de Cavalaria	Todo o País	Todas
22 MAIO	Festa Nacional da Infantaria	Fortaleza	CMNE
24 MAIO	Dia da Arma de Infantaria	Todo o País	DECEx
27 MAIO	Dia do Serviço de Saúde	Todo o País	DECEx
29 MAIO	Dia Internacional dos **Peacekeepers**	Todo o País	Todas
25 MAIO a 5 JUN	Estágio de Com Soc para Oficiais do QEMA	Brasília	CCOMSEx
1º a 30 JUN	Campanha "Ajudar está no nosso Sangue"	Todo o País	CCOMSEx
1º a 5 JUN	Semana do Meio Ambiente	Todo o País	DPIMA
6 JUN	Cerimônia de Entrega do Sabre Max Wolf Filho (ESA e EsLog)	Três Corações Rio de Janeiro	DECEx ESA EsLog
10 JUN	Dia da Arma de Artilharia	Todo o País	DECEx
13 JUN	Festa Nacional da Artilharia	Santa Maria	CMS
15 a 19 JUN	IX Seminário de História da Guerra da Tríplice Aliança (IX SHGTA)	Ponta Porã	DPHCEx
1º a 30 JUL	15ª Jornada Cultural da Retirada da Laguna	Campo Grande Jardim Nioaque Aquidauna	CMO
10 a 18 JUL	Jogos Desportivos do Exército	Campinas	CCFEx

Data	Evento	Local	OM Responsável
13 a 17 JUL	Estágio para Jornalistas e Assessores de Imprensa em Área de Conflito (EJAIAC)	Rio de Janeiro	CCOMSEx CCOPAB
20 a 24 JUL	IV Ciclo de Estudos e História da Amazônia (1ª Fase)	Rio de Janeiro	DPHCEx
3 AGO	Dia do Quadro de Engenheiros Militares	Todo o País	DCT
15 AGO	Cerimônia de Entrega de Espadim (AMAN)	Resende	DECEx
17 a 21 AGO	X Jornada de Estudos de História Militar - Fortes e Fortalezas no Litoral	Salvador	DPHCEx
	XII Encontro do Sistema Cultural do Exército	Campo Grande	DPHCEx
18 a 25 AGO	Semana do Soldado	Todo o País	Todas
25 AGO	Dia do Soldado Cerimônia de Imposição da Medalha do Pacificador	Todo o País	Todas
1º a 7 SET	Semana da Pátria	Todo o País	Todas
7 SET	Dia da Independência do Brasil Desfile Cívico-Militar	Todo o País	Todas
18 SET	Dia da Família Militar	Todo o País	Todas
14 a 25 SET	Estágio para Auxiliar de Com Soc	Brasília	CCOMSEx
21 a 25 SET	IV Ciclo de Estudos e História da Amazônia (2ª Fase)	Macapá	DPHCEx
29 e 30 SET	XX Semana de Comunicação Social	Rio de Janeiro	CEP
1º OUT	Comemoração do Centenário de criação do Serviço de Intendência do Exército Brasileiro	Brasília	CMP SGEx
2 OUT	Dia do Quadro Complementar de Oficiais	Todo o País	Todas
26 a 30 OUT	4º Festival de Fotografias Militares	Brasília	CCOMSEx
30 OUT	Dia do Quadro de Material Bélico	Todo o País	Todas
4 NOV	Dia do Quadro do Oficial da Reserva (R/2)	Todo o País	DGP
9 a 30 NOV	Manobra Escolar	Resende	DECEx
15 NOV	Proclamação da República	Todo o País	SGEx C Mil A
19 NOV	Dia da Bandeira	Todo o País	Todas
24 NOV	Dia do Quadro Auxiliar de Oficiais	Todo o País	Todas
23 a 27 NOV	5º Festival de Filmes Militares	Brasília	CCOMSEx
25 NOV	Cerimônia de encerramento de curso - ECEME	Rio de Janeiro	DECEx ECEME
26 NOV	Cerimônia de encerramento de curso - EsAO	Rio de Janeiro	DECEx EsAO
27 NOV	Cerimônia de encerramento de curso - EsFCEx	Salvador	DECEx EsFCEx
	Cerimônia de encerramento de curso - EsSEx	Rio de Janeiro	DECEx EsSEx
5 DEZ	Entrega de Espadas aos novos Aspirantes - AMAN	Resende	DECEx AMAN
10 DEZ	Colação de Grau e Entrega de espadas aos novos Engenheiros Militares	Rio de Janeiro	DCT IME
11 DEZ	Cerimônia de encerramento de curso - ESA, EsLog e CIAvEx	Três Corações Rio de Janeiro Taubaté	DECEx ESA EsLog CIAvEx
12 DEZ	Cerimônia de encerramento de curso - EsPCEx	Campinas	DECEx EsPCEx
16 DEZ	Dia do Reservista	Todo o País	Todas